Zeitschrift: Revue économique franco-suisse

Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France

Band: 68 (1988)

Heft: 4

Artikel: Autoportrait : l'Office national suisse du tourisme Historique et tâches essentielles

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-887315

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 08.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

L'Office national suisse du tourisme Historique et tâches essentielles

Au fur et à mesure que le tourisme se développait en Suisse, l'information et la propagande touristique ont pris de l'importance. Il a bientôt paru indiqué de confier ces activités à un office central pour renforcer leur impact à l'étranger. En 1884 déjà, la compagnie ferroviaire du Gothard avait diffusé par-delà nos frontières une affiche attrayante signalant la liaison directe Londres-Paris-Suisse (Gothard)-Italie et elle avait aussi participé à différentes expositions à l'étranger.

En 1893 fut fondée l'Union suisse des sociétés de développement, dont l'activité publicitaire reste limitée à l'intérieur du pays.

Lorsque, la même année, le Syndicat des intérêts de la Suisse romande et du Jura-Simplon ouvrit une agence touristique à Londres, ce fut le début, à vrai dire modeste, de la propagande en faveur de la Suisse organisée commercialement. En 1902, à la suite d'une votation populaire de 1898, les grandes compagnies privées de chemins de fer de la Suisse furent étatisées et leurs successeurs, les Chemins de fer fédéraux suisses (CFF), commencèrent aussitôt à organiser systématiquement leur propagande à l'étranger. En l'espace de quelques années, le service de publicité des CFF ouvrit des agences à Paris, à New York, à Berlin, au Caire et à Vienne. La Société suisse des hôteliers collabora activement à l'organisation de la propagande pour le tourisme suisse. En 1911, le conseiller national Alexandre Seiler demanda par une motion la « création d'un office central pour le développement du mouvement des étrangers en Suisse ».

En 1917, une institution de droit privé fut créée, qui prit le nom d'Association nationale pour le développement du tourisme. Elle fixa à Zurich son siège central appelé Office national suisse du tourisme (ONST) et reçut de la Confédération une contribution annuelle de 120 000 francs. La première agence de l'ONST à l'étranger fut celle de Nice, ouverte en 1923. Au cours des quinze années suivantes, le réseau des agences étrangères des CFF s'étendit – notamment à Rome, Amsterdam, Prague, Stockholm, Bruxelles et Milan – avec le concours, dans chaque cas, de collaborateurs de l'ONST. Cette coopération des CFF et de l'Office national suisse du tourisme se renforça dès 1934 au sein d'une Communauté de propagande, à laquelle participèrent également l'Office fédéral des transports et l'Administration fédérale des PTT. Deux ans plus tard, un postulat déposé au Conseil national priait le gouvernement fédéral d'étudier la question d'un organisme unique pour l'ensemble des problèmes de la publicité touristique suisse. Par arrêté fédéral du 21 septembre 1939, l'unification attendue depuis bien des années devint réalité et l'Office central suisse du tourisme, transformé en corporation de droit public, commença son activité le 1er janvier 1941. Son appellation primitive fut rétablie en 1955.

Tâches actuelles de l'ONST

La mission de l'ONST est définie comme suit par ses statuts approuvés par l'arrêté du Conseil fédéral du 22 novembre 1963 : *« L'ONST a pour but d'organiser et d'assurer la propagande en faveur du tourisme pour l'ensemble de la Suisse, tant à l'étranger que dans le pays. A cet effet, il veille à une étroite collaboration avec les services de propagande régionaux, cantonaux ou locaux ainsi qu'avec les organisations professionnelles suisses de voyage et de tourisme. La propagande déployée à l'étranger doit s'attacher également à faire valoir les aspects divers – politiques, culturels et économiques – de la vie nationale. »*

Ainsi, la propagande touristique suisse dans son ensemble incombe à la Confédération, qui délègue cette tâche à l'ONST.

Situation financière

La Confédération verse à l'ONST une contribution annuelle de 21 millions de francs en 1987. A titre de contributions fixes, l'ONST reçoit par ailleurs 1,8 million de francs des CFF, un million de l'Entreprise des PTT, 350 000 francs de la Société suisse des hôteliers, 200 000 francs des milieux routiers et 200 000 francs de Swissair. Son budget est aussi alimenté par les versements des cantons et communes à vocation touristique, des offices régionaux et locaux de tourisme, des compagnies privées de transport et d'autres milieux économiques. La vente des billets, effectuée par douze représentations de l'ONST pour le compte des entreprises de transport public, se traduit par des recettes de l'ordre de 5 millions de francs. Dans l'ensemble, les recettes de l'office pour 1987 s'élèvent à quelque 35,4 millions de francs.

Diverses mesures ont été prises ces dernières années pour améliorer une situation financière devenue précaire. Citons : la réorganisation du siège de Zurich ; la réalisation d'opérations communes avec des compagnies d'assurances, des grandes banques ou des associations économiques ; une campagne de financement auprès des cantons, des communes, des banques et d'autres entreprises.

La propagande touristique – une nécessité

Pour la Suisse, la propagande touristique est et reste une absolue nécessité, à la mesure de l'importance que revêt le tourisme pour l'économie nationale. Environ 260 000 personnes travaillent en haute saison dans cette branche, dont le revenu brut est supérieur à 16 milliards de francs. En 1987, les hôtes étrangers ont dépensé chez nous près de 10 milliards de francs. Ces exemples pris parmi bien d'autres soulignent le rôle d'équilibre que joue le tourisme : pour nos échanges économiques avec l'étranger, mais aussi pour combler la disparité des revenus entre le Plateau industrialisé et les régions de montagne.

En dépit de lourdes contraintes budgétaires, l'ONST met tout en œuvre pour *jouer un rôle actif dans notre politique économique.* A cet effet, il s'efforce d'augmenter l'impact de la promotion touristique en collaborant toujours plus étroitement avec ses divers partenaires. Tel est d'ailleurs l'objectif commun aux offices de tourisme à tous les échelons, à l'hôtellerie, aux transporteurs et à bien d'autres milieux tels que les centres de congrès ou les stations thermales.

De manière plus générale, l'ONST soutient la *présence de la Suisse à l'étranger.* Pour les expositions par exemple, il collabore fréquemment avec des institutions telles que l'Office suisse d'expansion commerciale (OSEC), la fondation culturelle Pro Helvetia et Swissair ; lorsqu'il s'agit de manifestations d'envergure, la coordination est généralement assurée par le Département fédéral des affaires étrangères (DFAE). ■